

MONDKAPJE OP MAAT

Als je dan toch een kapje op moet, dan graag eentje met smoel

Mondkapjes ... je kunt er niet omheen. Maar om dan zo'n nietszeggend ding op te zetten? Dan liever iets wat je identiteit of merk uitstraalt. **Bedrukte mondkapjes zijn hot.**



Gert-Jan Buijs
Waalwijk

Neem nou Sanne Dingemans, werknemer van Wot! Promotions in Waalwijk. Zij houdt toe-vallig van panterprintjes. Ze draagt al een pantertrui en daar hoort dus een dito mondkapje bij. Hobby's, smaak, sportclub of werkgever; allemaal kunnen ze uitgangspunt zijn voor een persoonlijk mondkapje. Want dat standaard mond-neusmasker is letterlijk geen gezicht.

Via mondkapjes met een statement proberen we onze identiteit een beetje op te kalefateren. En met een geinige opdruk houd je ook de moed er een beetje in. Er is een grote behoefte aan gepersonaliseerde mondkapjes. „En dat merken we hier”, zegt Edwin Bouman, directeur-eigenaar van Wot! Vóór corona zat hij puur in de promo-producten en relatiegeschenken. „Geen mondkapjes in mijn assortiment. Daar waren wij ook helemaal niet in thuis. Corona was ook voor mij nog een ver-van-mijn-bed-show.”

Maar omdat hij veel zaken doet met China kreeg hij al een tijdje mailtjes van zijn Chinese partners daar. Of hij misschien geïnteresseerd was in mondkapjes? „Die berichten negeerde ik aanvankelijk. Wat moest ik ermee?”

Toen meteen na carnaval bleek dat Covid-19 Nederland niet oversloeg, kreeg Bouman al snel de vraag of hij aan mondkapjes kon komen. „Die waren wereldwijd zo goed als uitverkocht. Ik heb ook een aantal zorginstellingen als klant. Die vroegen; jij

doet toch ook veel zaken met China? Dus daar ben ik ingedoken.”

Hij zegt het met enige gêne; er was veel kritiek op handige jongens die de hoofdprijs vroegen. „Je bent al gauw een paria.” Het probleem was dat de hele mondiale luchtvaart op zijn gat lag, waardoor de vrachtprijzen de pan uit rezen. „Dat was voor corona zo'n 3,5 per kilo. Dat steeg naar 17 of 18 euro.”

Inmiddels is Covid-19 voorlopig hier om te blijven; het aantal besmettingen stijgt en Rutte/RIVM hebben het mondkapje in genade aangenomen. Bouman: „Nu zie je dat steeds meer bedrijven mondkapjes voor hun personeel beschikbaar willen stellen. Daar hoort dan ook een bepaalde herkenbaarheid bij.”

De laatste weken is de vraag groot. Bakkerij Vermeulen en Den Otter in Vlijmen is klant van Wot! „Wij willen zowel ons personeel als onze klanten laten zien; wij geven om jullie veiligheid”, zegt Annette Vermeulen. „We hebben het een beetje eigen gemaakt; stokbrood erop, een donut, croissantje, taartpunt.” Andere klanten van Edwin Bouman: „Filharmonische orkesten, maar ook CoolBlue”.

RKC Waalwijk haalt ze bij dezelfde leverancier als Bayern München, vv SSC '55 in Sprang-Capelle heeft ze, DESK Kaatsheuvel ook. Restaurant De Molen in Kaatsheuvel is begonnen met bezorgen; de koeriers zijn voorzien van Molenkapjes. „Toen we nog open waren, gaven we ze ook weleens mee aan onze gasten”, aldus een woordvoerder.

Blijft over het niet zakelijke mond-

▲▲▲ Wot!-directeur Edwin Bouman (boven) en zomaar wat 'custom made' mondkapjes. FOTO'S ROEL VAN DER AAN EN GERT-JAN BUIJS/BD

kapje. In de feestshops verschijnen de eerste gekke bekken en de kekke printjes zijn ook niet aan te slepen. Bij Bol.com op Bedrijventerrein Haven 8 liggen al Mondriaan-kapjes klaar. En een beetje handige naaister zet zelf een volslagen uniek exemplaar in elkaar. Jezelf op de kaart zetten middels een masker... het zijn rare tijden.

